

## **ABSTRACT**

*The implementation of the Pilkada certainly cannot be separated from the existence of political marketing. In political marketing, the emphasis is on the use of marketing approaches and methods to help politicians and political parties to be more efficient and effective in building two-way relationships with constituents and the public. The implementation of the Jambi gubernatorial election in 2020 is carried out in the midst of the covid-19 pandemic, is a challenge that must be faced by the Jambi gubernatorial election candidates. This study aims to identify and analyze the political marketing system carried out by the Jambi governor candidates during the pandemic in Merangin Regency in the 2020 Pilkada. Data collection was carried out by direct interviews, observation, and documentation related to research. The research method used is descriptive qualitative research. Based on the research conducted by the author, the results showed that the political marketing carried out by the Jambi governor candidates during the pandemic in Merangin Regency in the 2020 Pilkada had been carried out well. based on Nifenneger's political marketing theory used by researchers has 4 indicators; Product, Promotion, Price, Place. on product indicators,*

***Keywords: Political Marketing, Jambi Province Governor Election, Covid-19 Pandemic***

## INTISARI

Pelaksanaan Pilkada tentu tidak terlepas dari adanya pemasaran politik (*political marketing*). Dalam marketing politik, yang ditekankan adalah penggunaan pendekatan dan metode *marketing* untuk membantu politikus dan partai politik agar lebih efisien serta efektif dalam membangun hubungan dua arah dengan konstituen dan masyarakat. pelaksanaan pilgub jambi pada tahun 2020 dilakukan di tengah pandemi covid-19, merupakan suatu tantangan yang harus di hadapi oleh para calon kandidat pilgub jambi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sistem marketing politik yang dilakukan oleh calon gubernur jambi pada masa pandemi di Kabupaten Merangin pada Pilkada 2020. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian Deskriptif Kualitatif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis diperoleh hasil bahwa marketing politik yang dilakukan oleh calon gubernur jambi pada masa pandemi di Kabupaten Merangin pada Pilkada 2020 sudah terlaksana dengan baik. berdasarkan teori marketing politik Nifenneger yang digunakan peneliti memiliki 4 indikator; Produk, Promosi, Price, Place. pada indikator produk,

**Kata kunci : Marketing Politik, Pemilihan Gubernur Provinsi Jambi, Pandemi Covid-19**